

NEGÓCIOS

Empresas disputam rotas internacionais

Vasp e Transbrasil querem abrir novas linhas e a Varig alerta para riscos das concessões

ODETE PACHECO

As novas regras da aviação, que asseguram a outras companhias o mesmo direito da Varig de voar para além das fronteiras do País, sacudiu o setor de transporte aéreo nacional. As beneficiárias são o fim da hegemonia da Varig — Transbrasil e Vasp — não perdendo tempo, a Transbrasil, cujo portão de entrada foi a concorrência cidade de Miami, com concessão em Orlando, prepara-se para abrir na segunda quinzena de junho mais duas rotas internacionais — um voo diário para Nova York, com escala em Washington e um semanal para Moscú, com escalas em Brasília, no Nordeste e em Viena. Seus planos de curto prazo prevêem ainda linhas regulares para o Sudeste Asiático.

Não são menos ambiciosos os planos de percurso da recém-privatizada Vasp. A companhia, que possui uma aeronave por semana em Aires no final de março, aguarda autorização do Departamento de Aviação Civil (DAC) para operar 12 novas rotas internacionais. Ela quer voar para Frankfurt, Miami, Roma, Lisboa, Seul e Moscou, entre outras cidades.

Na Varig, que afirma obter 40% de sua receita em dólar enquanto o mercado interno esse representa em 75%, a reação à agressividade das concorrentes é de indignação. Seu presidente, Ruteil Thomas, não está gostando da "pressa" das duas companhias em cruzar os ares internacionais. "Essa sede desmedida de crescimento pode trazer graves consequências para a aviação nacional devido à concessão que terá de ser feita às empresas estrangeiras, em especial às americanas", argumenta.

Acordo bilateral entre os governos brasileiro e americano em respeito de tarifas, evitando a prática de dumping por parte das concorrentes mais fortes. Pelas regras, duas empresas (brasileira e americana) devem voar para as mesmas frequências. Se a Vasp obtiver concessão para voar para Miami, exemplifica o presidente da Varig, o termo terá de ser mudado e os americanos podem quebrar o acordo das tarifas. "A American Airlines é seis vezes maior que a Varig e pode cobrar preços baixíssimos ou até mesmo dar passagens grátis, como fez a British Airways num promoção, quebrando os concorrentes."

Na Brasil, alerta, a concorrência mal preparada levou à falência empresas como Pan Air, Real e Cruz Azul. "Se a ocupação do espaço aéreo demais companhias não for criteriosa, teremos outros exemplos dessa história da aviação nacional", prevê Thomas.

RECITA EM DÓLAR

Seus concorrentes, contudo, en-



Acreditado: "Vamos recorrer a todos os expedientes, inclusive acordos operacionais, para fazer recolta em dólar."

xergam o futuro de outro modo. "Vamos recorrer a todos os expedientes, inclusive acordos operacionais, para fazer recolta em dólar e melhorar nossos resultados", diz Ulysses Canhedo Azevedo, vice-presidente da Vasp, segundo o qual 55% dos custos da aviação são pagos na moeda forte.

Se o DAC conceder as 12 linhas requeridas pela Vasp, a companhia obterá receita adicional de US\$ 400 milhões, o equivalente a 30% do faturamento previsto para este ano nos seus voos domésticos.

Projeções da Transbrasil, que atribui o prejuízo acumulado de US\$ 810 milhões nos últimos três anos à desatualização das tarifas aéreas dos voos domésticos, indicam que a participação da receita em dólar no seu faturamento saltará de 10%, no ano passado, para 26% em 1991, e 43% em 1992.

Depois de um prejuízo de US\$ 130 milhões em 1990, a Varig espera fechar 1991 com as contas equilibradas. Seu faturamento, de US\$ 2 bilhões no ano passado, está previsto em US\$ 2,2 bilhões para este ano, com investimentos de US\$ 5 bilhões na década de 90 e novos acordos operacionais que a companhia, que tem como acionária a Cruz e a Rio-Sul, pretende enfrentar a maior concorrência nos voos internacionais. Mesmo assim a batalha não será fácil. A Transbrasil anunciou a compra, por US\$ 1,8 bilhão, de treze aeronaves de última geração e a aquisição de outras três pelo sistema de leasing e a Vasp encorajou, numa operação de US\$ 2,2 bilhões, financiado em 20 anos de prazo, um lote de 27 aeronaves. De dezela já possuiram os voos domésticos, e dezela já começaram a fazer voo até o final do ano.

Colaboração Gabriel Nogueira

A potência de cada um

Varig/Cruzeiro	Aeronaves		Cidades atendidas (voos regulares)
	91	90	
	45	46	Brasil Exterior
Transbrasil	18	19	Brasil Exterior
Vasp	43	4	Brasil Exterior



Thomas: "A ocupação do espaço aéreo pelas demais empresas deve ser criteriosa"

Situação do setor é deficitária

A exploração do preço do petróleo e a sucessão de planos econômicos afundaram a aviação aérea nacional numa profunda crise financeira. Sua rentabilidade líquida e faturamento líquido dos voos domésticos caíram de 6,1% em 1981 para 2,6% em 1986. Daí para a frente, o setor fechou todos os balanços no vermelho. O prejuízo acumulado nos últimos cinco anos esbarra no cifra monumental de US\$ 3 bilhões. Sem o aumento das tarifas, desatualizadas em 44% pelos cálculos dos empresários, o setor recorta não só a situação operacional mas que se encontra. Em proposta encaminhada à ministra da Economia, Zélia Cardoso de Melo, as companhias aéreas pedem a liberação de preços e, no mesmo tempo, seu comprometimento com descontos ainda mais generosos nas passagens para voos domésticos regulares e passagens físicas. Tem a sua hipótese. A demanda por bilhetes aéreos entre as empresas, que representam 80% do faturamento da indústria de aviação, fica estável com seu regime de tarifa. Assalaradas, no contrário, a demanda em aeroportos a cada aumento de

Termômetro da crise

(Desaprum do indústria no mercado doméstico)

Ano	Passageiros transportados por km	Índice de aproveitamento da oferta, em %
1986	14.006.272	72,5
1987	13.557.072	66,5
1988	12.900.075	61,9
1989	14.847.053	66,8
1990	14.281.498	66,9

Fonte: Departamento de Aviação Civil do Ministério de Aeronáutica

Oferta de descontos acirra a competição

Não é só no mercado internacional que as companhias aéreas estão de olho. As promoções de preços lançadas nos últimos meses dão o tom da guerra travada pela indústria também no território nacional.

A Vasp, que detém 31% de participação nos voos domésticos (ver abaixo), dá aos passageiros desconto de 40% sobre a tarifa em dois voos noturnos — São Paulo/Mauas e Brasília/Mauas (ida e volta). Planos especiais são oferecidos às famílias que marcam a viagem sem sete dias de antecedência: 25% de desconto para o marido e 50% para a esposa ou filhos. "Comprei num mercado cada vez mais concorrido requer após fortes para atrair a clientela", justifica Ulysses Canhedo Azevedo, vice-presidente da Vasp.

Na Transbrasil, as promoções não são menos generosas: desconto de 25% no trecho ida e volta Rio/Brasília/Fortaleza e de 40% do trecho ida e volta São Paulo/Salvador/Fortaleza (voos noturnos). Grupos de no mínimo dez pessoas voam com a Varig desobrigando menos pelas passagens. Adultos pagam 75% do valor da base tarifária, crianças, 50% do valor da tarifa adulta e bebês, 10% da tarifa adulta. A companhia oferece ainda outras promoções, como

BÔNUS

Em ambos os casos, a promoção se encerra no dia 30. Mas as companhias não vão ficar o resto do ano passivas à espera dos turistas. "Não vamos parar nossas iniciativas", adianta Marcelo Fernandes, representante da Varig para Pan Am e Nova York, ida e volta pe- Na Pan Am nos meses de março e abril, por exemplo, ganhou um bônus de mil milhas que lhe garante a passagem grátis do Brasil aos EUA. No caso da American Airlines, o prêmio foi dado a quem acumulou quarenta mil milhas. Em ambos os casos, a promoção se encerra no dia 30. Mas as companhias não vão ficar o resto do ano passivas à espera dos turistas. "Não vamos parar nossas iniciativas", adianta Marcelo Fernandes, representante da Varig para Pan Am e Nova York, ida e volta pe- Na Pan Am nos meses de março e abril, por exemplo, ganhou um bônus de mil milhas que lhe garante a passagem grátis do Brasil aos EUA. No caso da American Airlines, o prêmio foi dado a quem acumulou quarenta mil milhas. Em ambos os casos, a promoção se encerra no dia 30. Mas as companhias não vão ficar o resto do ano passivas à espera dos turistas. "Não vamos parar nossas iniciativas", adianta Marcelo Fernandes, representante da Varig para Pan Am e Nova York, ida e volta pe-

American Airlines agita concorrência

Nas companhias nacionais, o fôlego das mudanças foi a obra de reserva de mercado da Varig nas internacionais, o pouso da American Airlines em solo brasileiro. Ao competir em julho as rotas para a América Latina da praticamente inoperante Eastern Airlines, a American Airlines provocou reações imediatas na concorrência.

A concorrentária Pan Am, que obtém no mercado brasileiro 10% de seu faturamento global, opera voos diários de São Paulo, com escala no Rio, para Miami e Nova York. Inaugurou, após a vitória da rival, quatro voos semanais no stop (sem escala) — São Paulo-Miami-SP-Santiago, SP-Buenos Aires e Recife-Miami. Reserva voos semanais para breve. "Queremos atender ainda este ano Manaus e Salvador e inaugurar voos para Caracas", diz Susan St. Martin, gerente regional da Pan Am.

A American Airlines promete desenvolver a ofensiva na mesma medida. A companhia operará no ano passado dois voos diários ligando São Paulo, com escala no Rio, a Miami, a partir de 1º de maio. A companhia subsidiariamente sua frequência: oferecerá mais dois voos, com destino a Miami, que sairão diariamente de São Paulo no Rio de Janeiro. Se suas metas saírem do plano das intenções, concorrerá com a Pan Am também nos voos para Nova York.



Zanti, da Air France: "Vamos aumentar a frequência no mercado brasileiro"

CRÍSE MUNDIAL

Tais ótimos no mercado doméstico são uma extensão da guerra mundial da aviação comercial. As companhias internacionais vivem a luta acalorada para assegurar a solidez de seu negócio. Desde que o governo americano desregulamentou a aviação civil, em 1978, o setor mundial nunca criou tanta atividade financeira. Além das suas dividas contraídas para solicitar suas rotas e oferecer melhores serviços, tornando-se mais competitivos, as companhias foram afetadas pela falta do preço

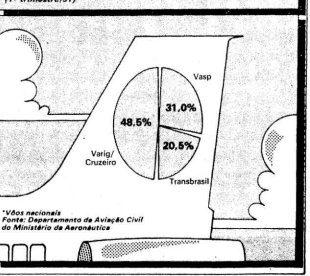
estrutura da Varig no atendimento mecânico, de descarga e de passageiros. "Esse é um sinal de que temos para ficar", diz Tricca.

Demonstrações de confiança no potencial do mercado nacional, aliás, não faltam. A Air Portugal, com 10% de seu negócio futuro no Brasil, inaugurará em junho mais dois voos semanais para Lisboa.

Sua frequência aumentará para sete voos semanais, todos ligando São Paulo, Rio de Janeiro e Recife a Lisboa. Segundo Carlos Medeiros, superintendente da companhia aérea, a operação no Brasil cresceu 15% no ano passado. "Vejar para o Exterior estará mais barato do que para o Nordeste", justifica Medeiros.

A Air France, que faturou no ano passado US\$ 9,7 bilhões, opera cinco frequências semanais do Brasil para Paris e inaugurará em 21 de junho um voo de São Paulo a Paris sem escalas. "Planojamos aumentar ainda mais neste ano nossa frequência no mercado brasileiro", anuncia Marcos Zanti, diretor de marketing da companhia. Novidades podem ser anunciadas em e breves — pela recém-privatizada Aerolíneas Argentinas, cuja compra de 30% de suas ações foi fechada semana passada com a companhia aérea espanhola Brea, empresa instalada no Brasil.

Participação no mercado*



ÓCIOS

resce a disputa pelo mercado aéreo

la lance da Vasp é respondido com ousadia, pondo na na fogueira

ANA MARIA GEÁ

batalha que tomou conta do mercado brasileiro desde o empresário Wagner Canhedo se tornou dono da empresa em outubro do ano passado, de um emaranhado de acusações e temores que agitam a maioria dos gigantes do setor. Cada novo lance de Canhedo provoca, de imediato, respostas comerciais das concorrentes e, de modo, coloca mais lenha numa fogueira que parece, sem ânimo a queimar.

Os opositores de Canhedo temem a origem do empresário para não de estar se aventurando no setor, que exige altos investimentos, muita tecnologia e vive a seguradora de prejuízos. Os 54 anos, o dono da Vasp coloca a vida como camponês (cambium patrimônio) hoje avião em US\$ 1 bilhão distribuído entre companhias de transporte, rodoviárias, mineração e turismo.

As acusações vão mais longe: inibido seria um "testa-de-ferro" (algum muito mais poderoso que Canhedo) para o teste que estava acostumado ao histórico cartil da Vasp e, defende-o Ulysses Canhedo Azevedo, ex-presidente da Vasp e um dos últimos filhos que o empresário mantém a frente de seus negócios.

O ramoneio caso do empresário e US\$ 40 milhões da BR Distribuidora a Vasp, que culminou, em setembro, na aquisição de 5,5% da Motta Vega, marcou o início das acusações. Na época, Motta Vega disse ter recebido telefonemas do empresário Paulo César Farias, o PC, tesoureiro da campanha eleitoral do presidente Fernando Collor, e do secretário-geral da Presidência, embaixador Marcos Coimbra. O presidente da Vasp, José Collor, e do secretário-geral da Presidência, embaixador Marcos Coimbra, não se pronunciaram sobre a realização do negócio. Motta Vega se demitiu por consideração de Collor e não falou sobre a realização do negócio.

O presidente da Vasp conseguiu reunir um número tão grande de inimigos nesse curto espaço de tempo que a empresa fortaleceu o que o acusam por despeito daqueles que eventualmente tenham razão. Canhedo tem inimigos em todo o mundo não só seus maiores concorrentes, Varig e Transbrasil, mas também os menores, como a TAM. Ele está fazendo a campanha da TAM, mas nem por isso se imbe de enfrentá-la na concor-



Rabel Thomas, da Varig; Wagner Canhedo, da Vasp; e Omar Fontana, da Transbrasil: a concorrência internacional observa a briga dos três por um espaço maior no mercado interno

rença. "O que vende a TAM ou vai quebra", disse Canhedo no início de junho ao comandante Raimundo Adolfo Amaro.

Nos quatro últimos meses em questão a frente da companhia, Canhedo garante ter investido perto de US\$ 300 milhões. Assumiu divisões de US\$ 1 bilhão e diz ter poder de fôlego para assumir mais US\$ 1,5 bilhão até o final de 1992. Alardeia ter montado nesse tempo uma nova frota com 20 aeronaves, o que significa ter criado uma empresa do tamanho da Transbrasil (ver gráfico). Só de leasing, a dívida média da companhia em maio foi de US\$ 6 milhões, segundo o diretor comercial da Vasp, José Wagner Barreira.

"Canhedo é um aventureiro", diz um empresário ligado à indústria da aviação. Ele faz parte de um grupo de especialistas que acham que a Vasp está praticando uma política suicida com o endividamento a longo prazo. Acham que, nem toda a agressividade de mercado fará com que a empresa fortaleça seu caixa o suficiente para o dia em que ela tiver que pagar todas as dívidas. E, se não, a Vasp não aguentará.

A mesma imagem é passada aos funcionários e executivos que acompanham há anos a trajetória da Vasp. "Ele está fazendo a coisa pelo trabalho", diz um deles, temendo da falta de alíquota.

Perfil das três grandes

Vasp	
■ Nº de passageiros/ano: 4,6 milhões	
■ Vãos domésticos: 27 cidades	
■ Vãos internacionais: 27 cidades	
■ Frota: 50 aeronaves	
■ Nº de funcionários: 9.369	
■ Plano de investimentos: US\$ 2,5 bilhões até 1992	
■ Faturamento/1990: US\$ 4.797 milhões	
■ Participação no mercado: 30,1% (junho/90) — 34,4% (junho/91)	
Transbrasil	
■ Nº de passageiros/ano: 2,6 milhões	
■ Vãos domésticos: 19 cidades	
■ Vãos internacionais: 42 cidades	
■ Frota: 20 aeronaves	
■ Nº de funcionários: 4.882	
■ Plano de investimentos: US\$ 1,8 bilhão até ano 2000	
■ Faturamento/1990: US\$ 384,7 milhões	
■ Participação no mercado: 24,9% (junho/90) — 21,7% (junho/91)	
Varig	
■ Nº de passageiros/ano: 6,44 milhões	
■ Vãos domésticos: 45 cidades	
■ Vãos internacionais: 42 cidades	
■ Frota: 80 aeronaves	
■ Nº de funcionários: 25.654	
■ Plano de investimentos: US\$ 750 milhões em 1991	
■ Receita de maio em 1990: Cr\$ 242,9 bilhões	
■ Participação no mercado: 44,8% (junho/90) — 43,8% (junho/91)	

(*) Dados de DAC estimados para junho/91

As agências lucram com essa batalha

PAULA PLANCK Especial para o Estado

Mais uma vez o mundo da publicidade escuta a velha frase: "Numa disputa entre empresas quem ganha é o consumidor". Usada no singular a frase soa falsa. Na verdade, a máquina publicitária já mais lenha na fogueira, aumenta o calor da disputa e muita gente sai ganhando. A batalha travada entre a Vasp e a Varig, por exemplo, não está só beneficiando os consumidores em busca de uma viagem mais econômica, mas principalmente, garantindo um bom faturamento comercial para os veículos de comunicação e empresas que prestam serviços às agências como produtores de som e imagem, fotógrafos e grafistas. Isso sem contar a infraestrutura necessária para fazer com que os aviões levem voo e cheguem aos seus destinos.

Tudo começa no mês de março com o céu publicitário cheio de turbulências. A Vasp resolveu fazer uma concorrência fora dos padrões para entregar sua conta. As novas regras exigiam das concorrentes uma campanha pronta para ser veiculada. One agência assinaram uma cartela-procedimento com o jôgo. A DM-9, de Nizan Guanes e Afonso Serra Junior, saiu vitoriosa com um sorriso enfiado e o conceito: "A melhor distância entre dois pontos". A veiculação da nova campanha fez os concorrentes aéreos voarem criativamente. Surgiram filmes, anúncios e outdoors. Este mês a Vasp apresentou a Varig com uma curta. Veiculou um anúncio no qual um espectador se dirige ao consumidor e comenta que, por causa da campanha publicitária da Vasp, a Varig voltou a anunciar. O presidente da agência Expresso Propaganda, que tem a conta da Varig, Carlos Ivan Squiera, diz que não vai responder. Não do jeito que a DM-9 está provocando. "Nós criamos uma nova forma de comunicação, explica Squiera, "com a série de comerciais Varig no Ar, estamos divulgando todas as facilidades que a empresa pode dar aos clientes". Esta campanha usa formação dos telegramas, mostrando os filmes em casal de apresentadores que divulga promoções, novas rotas e vários tipos de serviços diferenciados da companhia.

Lances ousados nos bastidores

Lago no começo, quando Canhedo trouxe o primeiro 737-300 e 737-400 não havia escada para tanta aeronave, o que acabou causando problemas no Aeroporto Internacional de Cubicba, em novembro, quando os passageiros de pelo menos dois vôos foram obrigados a esperar quase 40 minutos dentro do avião porque não havia como desembarcar. "Foi um episódio que mudou a minha opinião sobre a capacidade da Infraero. Agora, a Vasp não tem mais esses problemas. Canhedo mudou a minha opinião sobre comprar de tudo. Num dos últimos pedidos, encomendou 50 escadas de uma só vez.

Um empresário garante que Canhedo não tem colocado um tostão sequer nos negócios que tem fechado. "Está vindo tudo de fora", afirma. Em abril, ele estava na sede da McDonnell Douglas, em Long Beach, na Califórnia, quando a Vasp fechou o contrato de leasing de sete aviões MD-11 com a Mitsui, uma das maiores trading companies do mundo. US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

Um fato que os Canhedos fazem questão de confirmar: "Temos fôlego disponível para serem pagos de cinco a 15 anos", informa Ulysses Canhedo. Não é, portanto, isso que assusta. "Estamos muito tranquilos, temos um planejamento estratégico para o crédito para fazer, no mínimo, cem vezes o que temos feito", garante Canhedo. A maioria das cartas da Vasp são feitas com cartas internacionais. A Mitsui, com os MD-11, e a canadense Potomac com os DC-10 e o novo 737-300 que a empresa acaba de trazer.

Os especialistas em aviação consideram o lance a opção dos estrategistas. Lembram que a margem de lucro em uma aplicação de leasing é muito grande, o que torna o negócio um dos mais rentáveis do mundo. Primeiro, porque o avião tem segundo tol. Depois, porque o contrato prevê devolução da aeronave em caso de falta de pagamento. Alguns banqueiros brasileiros, com um professor especial para o que acontece no aquecido mercado aéreo brasileiro. Varp, Transbrasil e Varig estão procurando o comprador para obter crédito. "Nossa atitude tem sido de cautela", conta o diretor de um banco.

O Banco, por exemplo, recentemente recebeu empréstimo de US\$ 15 milhões da Vasp. Na quarta-feira, Ulysses Canhedo ganhou o sinal de US\$ 60 milhões, conta o empresário, foram os japoneses que deram.

A concorrência não tem sido de alargar e aprender a trabalhar, senão vai quebrar. Tem banqueiros batendo a minha porta e dia inteiro", disse. "A Vasp está com a saúde financeira perfeita e não deve nada a ninguém", repetiu Ulysses Canhedo. Um dia após suas declarações, a Companhia de Infraestrutura Portuária (Infraero) anunciou execução da Justiça uma dívida da empresa de cerca de US\$ 1,5 bilhão, referente a serviços de telecomunicações não pagos nos últimos quatro meses. Transbrasil TAM tam-

bern devem à Infraero. Além disso, a Vasp deve cerca de Cr\$ 500 milhões a Serviços Auxiliares de Transportes Aéreos (Sata), companhia contratada para limpeza e outros serviços auxiliares em terra dentro dos aviões. A Sata, que está acionando a empresa, não recebe desde o final do ano e, em fevereiro, suspendeu seus trabalhos com a empresa. "A Vasp está fazendo política de descontos nos vãos com dinheiro dos fornecedores", acusa um empresário ligado ao setor.

Quo mais tem preocupado o mercado é o abrupto crescimento da Vasp. Nos Estados Unidos, lembram os especialistas, quando se tentava fazer política de descontos nos vãos, muitas empresas foram à falência. No Brasil, a Varig, por exemplo, perdeu o setor em questão de uma taxa anual de 6% ao ano. "É o comportamento padrão do setor em todo o mundo", diz o presidente da companhia, Rabel Thomas. Elegante, Thomas se recusa a comentar diretamente os negócios de sua própria companhia. Mas, lembra, não é uma política muito saudável para uma companhia aérea manter em leasing porcentagens acima de 20% a 25% da sua frota própria.

Funcionários da Vasp confessam estar preocupados. "Num momento dia, a empresa tem um rosto

pela manhã e outro na parte da tarde. Isso é preocupante, porque um executivo. O maior problema da empresa, segundo esse mesmo executivo, é a formação de profissionais. Canhedo assumiu a Vasp com 7.300 funcionários. Agora, tem quase 10 mil. Mas não-debra especializada em aviação não se acha em qualquer lugar e requer um cuidado especial. A Varig, por exemplo, leva um ano para formar 120 pilotos e 500 comissários de bordo em sua escola-piloto de Porto Alegre.

A Varig, acreditam os especialistas, pode ter caído o suficiente para combater a Vasp no mercado interno, mas se ela consegue vencer o segundo front dessa guerra, justamente com as gigantes internacionais que chegam ao Brasil embaladas no princípio da recuperação da vida da Vasp ao Exterior. A American Airlines, por exemplo, é seis vezes o tamanho da Varig. "É como colocar no ringue lutadores de categorias diferentes", afirma um especialista. No Brasil, a Varig é o maior peso-peso. Há quem acredite que a empresa não aguentará o confronto.

A concorrência de Omar Fontana, já tem a chance de procurar aliados. Há pouco tempo, Fontana propôs a formação de uma joint-venture com a Varig para a informatização dos serviços no Exterior. "Os parceiros serão bem-vindos", disse o vice-presidente Econômico-Financeiro da Transbrasil, Ary Waddington. "Estamos abertos a qualquer tipo de associação que resulte em eficiência para a empresa."

Colaboração Adelaide Reis

A MENOR DISTÂNCIA ENTRE DOIS PONTOS É A LINHA AÉREA.

A MELHOR DISTÂNCIA ENTRE DOIS PONTOS É A VASP.



A Vasp abriu concorrência fora dos padrões e quem ganhou foi a DM-9



A investida da Vasp fez com que a Varig voltasse a anunciar novamente



Agora, um casal divulga promoções, novas rotas e serviços para a empresa